

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
LUIZ ROGÉRIO ALVES DOS SANTOS

**A CADEIA PRODUTIVA DO CAFÉ E A EVOLUÇÃO DO MERCADO INTERNO NO
BRASIL NO PERÍODO DE 1990 À 2006**

CURITIBA
2008

TERMO DE APROVAÇÃO

LUIZ ROGÉRIO ALVES DOS SANTOS


A CADEIA PRODUTIVA DO CAFÉ E A EVOLUÇÃO DO MERCADO INTERNO NO
BRASIL NO PERÍODO DE 1990 À 2006

Monografia aprovada como requisito parcial para obtenção do grau de
Bacharel em Ciências Econômicas, Setor de Ciências Sociais Aplicadas da
Universidade Federal do Paraná.

Orientador:



Prof. Paulo Mello Garcias
Departamento de Economia, UFPR



Prof. José Benedito de Paula.
Departamento de Economia, UFPR



Prof. Luiz Xiscatti
Departamento de Economia, UFPR

Curitiba, 03 de Dezembro 2008.

Dedico este trabalho à minha querida esposa Andréa e à minha filha Eloiza, que tanto me incentivaram seguir nos meus estudos, e principalmente a sua motivação para que eu concluísse o meu curso de graduação.

SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO	6
1 OBJETIVOS.....	9
1.1 GERAL.....	9
1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	9
2 IMPORTÂNCIA DO TRABALHO.....	10
3 EMBASAMENTO TEÓRICO E TEMÁTICO	11
3.1 EMBASAMENTO TEÓRICO.....	11
3.1 ALGUMAS DEFINIÇÕES	14
3.2 MESOANÁLISE E VISÃO SISTÊMICA	15
3.3 METODOLOGIAS DE ANÁLISE DA CADEIA DE PRODUÇÃO AGROINDUSTRIAL	18
3.4 CADEIA DE PRODUÇÃO COMO FERRAMENTA DE ANÁLISE E FORMULAÇÃO DE POLÍTICAS.....	18
3.5 CADEIAS DE PRODUÇÃO COMO METODOLOGIA DE ANÁLISE DA ESTRATÉGIA DAS FIRMAS	19
3.6 CADEIA PRODUTIVA.....	19
3.7 PRODUTO.....	22
3.8 MERCADO.....	23
3.9 O SISTEMA AGROINDUSTRIAL DO CAFÉ.....	24
4 METODOLOGIA.....	25
5 CADEIA PRODUTIVA DO CAFÉ	26
6 MERCADO INTERNO DO CAFÉ 1990/1999	30
6.1 AMBIENTE INSTITUCIONAL	30
6.2 DEMANDA E OFERTA	35
CONSUMO FINAL	35
7 MERCADO INTERNO DO CAFÉ 2000/2006	40
7.1 AMBIENTE INSTITUCIONAL	40
7.2 DEMANDA E PRODUÇÃO	41
8 CONCLUSÃO	47

APRESENTAÇÃO

O mundo moderno tem passado por grandes mudanças principalmente nas áreas econômica e tecnológica, criando assim um ambiente mais dinâmico. Com o aparecimento dos blocos comerciais e do mercado globalizado, há o surgimento de várias novas demandas até então inexistentes e junto com elas, muitos riscos e oportunidades impondo assim às organizações a necessidade de uma abrangente reformulação estrutural para que se mantenham competitivas no mercado.

A evolução do mercado interno e da produção do café é o foco deste trabalho, ano após ano, vem aumentando principalmente mudando em termos qualitativos. O aumento na busca por cafés de melhor qualidade se relaciona com a mudança nos padrões de consumo ocorridas no Brasil ao longo das últimas décadas. Destacando a maior exigência de qualidade dos *blends* bem como, também, os aspectos ambientais envolvidos na produção do café.

Para esse novo mercado consumidor, que vem se formando ao longo das últimas décadas, ou seja, para este novo perfil de demanda, aconteceram mudanças na produção e em torno da própria cadeia produtiva do café

Com as mudanças econômicas e do padrão de consumo que aconteceram neste período, observa-se por parte do consumidor, além da crescente preocupação quanto à qualidade do produto, uma maior atenção com aspectos relacionados ao bom atendimento e satisfação de suas preferências, o que vem afetar diretamente a logística que passa a ser orientada pela preferência dos consumidores.

No período entre 1990 e 2006 também se observa o aumento do consumo de café no Brasil, principalmente de cafés especiais, gourmet e solúvel, que anteriormente eram em quase toda sua totalidade, direcionados para a exportação, ficando para o consumo interno apenas o café de qualidade mais baixa, que não teria condições de ser exportado.

Segundo a ABIC (Associação Brasileira da Indústria do Café) a produção de café do Brasil está espalhada por vários Estados (Paraná, Minas Gerais, São Paulo, Espírito Santo, Bahia, Rondônia, Pará, Mato Grosso, Rio de Janeiro e outros), porém a maior parte desta produção está localizada no Estado de Minas Gerais, mais especificamente na sua região sul.

Por ser a bebida mais popular do Brasil, o seu consumo está presente em todos os estados brasileiros, porém os que mais consomem café são, por ordem de importância : São Paulo, Minas Gerais, Rio de Janeiro, Bahia, Rio Grande do Sul, Paraná e Pernambuco.

Apesar de não ter havido números oficiais no período compreendido entre a extinção do IBC (Instituto Brasileiro do Café) e a primeira estimativa feita pela Conab (Companhia Nacional do Abastecimento), passou de uma produção de 25 milhões de sacas no início dos anos 1990 para aproximadamente 30 milhões ao final da década. Além de grande produtor, o Brasil atualmente é o segundo mercado consumidor em nível mundial, mesmo havendo uma série de fatores que inibem o crescimento do consumo de café a níveis mais elevados. Entre eles pode-se citar a imagem de que “café é tudo igual”, por conta do tabelamento de preços que vigorou até o início dos anos 90. Além disso, a indústria de torrefação sempre teve um papel secundário, o de absorver o café que não poderia ser exportado, por causa de sua baixa qualidade.

A apresentação do modelo de cadeia produtiva, do café que será utilizado neste trabalho, tem como ambiente da primeira etapa de produção, a zona rural onde os agricultores teriam a responsabilidade do plantio e da colheita e a compra dos insumos necessários para o desenvolvimento desta atividade. Terminada a colheita, o café vai para o segundo momento do ciclo que é o beneficiamento deste (torragem/moagem), que normalmente é realizado por cooperativas. A cooperativa vende o café para a indústria, onde se processa a terceira fase do ciclo, que seria a embalagem e comercialização com os comerciantes atacadistas, que são responsáveis pela quarta fase do

ciclo de produção. A quinta fase deste ciclo é o comércio de varejo, que é responsável pela chegada ao consumidor final fechando assim a cadeia produtiva do café, que pode ser representada pelo seguinte esquema :
Agricultores > Cooperativas > Indústrias > Atacadistas > Varejistas > Consumidores.

Este trabalho será dividido da seguinte forma: serão apresentadas as principais teorias sobre o assunto; a metodologia, onde será mostrada a forma de obtenção e análise dos dados; a análise propriamente dita, que começara com a exposição dos principais elos da cadeia produtiva; o ambiente institucional, demanda e oferta no período que vai de 1990 até 1999; o ambiente institucional, oferta e demanda no período compreendido entre 2000 e 2006 e a conclusão.

1 OBJETIVOS

1.1 GERAL

O objetivo geral deste trabalho é o de descrever a cadeia produtiva do café, além de analisar a evolução do mercado interno do Brasil no período correspondente aos anos entre 1990 e 2006.

1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- A. Descrever as principais etapas da cadeia produtiva do café e as relações entre seus principais elos;
- B. Analisar a evolução da produção e consumo de café e o comportamento de algumas variáveis nesse mercado, tais como consumo per capita, renda per capita e crescimento populacional;
- C. Identificar e analisar as mudanças institucionais ocorridas no setor e as implicações sobre a sua evolução.

2 IMPORTÂNCIA DO TRABALHO

As mudanças com relação à preferência do consumidor, sendo essas motivadas por uma vida mais saudável ou por uma bebida de melhor qualidade, estão voltadas para os cafés solúvel, especiais e gourmet, que se apresentam como uma opção em ascensão dentro do mercado brasileiro de café.

Neste novo mercado o consumidor surge como agente preocupado principalmente com a qualidade do produto, porém sem negligenciar questões referentes ao atendimento de suas preferências.

Com ênfase na preocupação por parte do consumidor, associada a importância que a indústria do café exerce na formação do PIB brasileiro, torna-se relevante a análise da cadeia produtiva do café e o avanço da sua produção com o objetivo de atender ao mercado consumidor brasileiro.

Pelo exposto percebe-se a importância de analisar as variáveis que fazem parte do mercado interno, verificando as decisões fundamentais ligadas à produção.

3 EMBASAMENTO TEÓRICO E TEMÁTICO

3.1 EMBASAMENTO TEÓRICO

Segundo DAVIS, J.H. e GOLDBERGT, R.A em citação feita por BATALHA, (2001, p.24), os estudos sobre o tema cadeia produtiva, começaram nos EUA, mais precisamente em Harvard, desenvolvendo a conceituação de agrobusiness, e posteriormente a *commodity system approach* (CSA). Este inicialmente foi concebido para analisar a realidade agrícola norte americana do pós-guerra, o qual veio a se tornar o instrumento mais utilizado na análise de cadeias produtivas.

Para DAVIS, e GOLDBERG, o agribusiness é “a soma das operações de produção e distribuição de suprimentos agrícola, das operações de produção nas unidades agrícolas, do armazenamento, e distribuição dos produtos agrícolas e itens produzidos a partir deles”. (BATALHA, 2001, p.27).

A outra grande noção de cadeia produtiva vem da França, e se chama “análise de *filière*” (BATALHA, 2001, p.28) década de 1960. Em princípio também não tinha por objetivo o estudo das relações agroindustriais e sim do estudo da problemática industrial, tendo como seus maiores defensores os pesquisadores desta área. Existem 3 séries de elementos que estariam ligados entre si formando cadeias. Seriam eles o conjunto de relações comerciais e financeiras bem como o fluxo de trocas, as ações econômicas que ministram o incremento de valor dos meios produtivos e a sucessão de operações de produção que estariam ligadas entre si (MORVAN, Y. 1998 p. 247).

Dentro dessa visão a cadeia produtiva estaria dividida em três macrosseguimentos, que de jusante a montante, cuja análise se iniciaria pela comercialização, no contato entre a empresa e o cliente final, segue pela

industrialização que é a transformação de matérias-primas em produtos finais, a produção de matérias primas e por fim os insumos para a produção destas.

As semelhanças entre os sistemas, tanto o proposto pela escola francesa como o sistema proposto a partir dos trabalhos de Goldberg são que em ambos se realizam cortes verticais no sistema econômico a partir de determinado produto final (sendo este o ponto de vista principalmente da escola francesa) ou a partir da matéria-prima. Ambas abandonam a visão tradicional de divisão em três setores, agricultura, indústria e serviços, que teria por limitação estudar um único produto descartando a possibilidade de uma única empresa estar presente em vários momentos da cadeia produtiva. Entendem sim que a agricultura deve ser vista dentro de um contexto maior onde entrariam também e principalmente os produtores de insumos, agroindústria, produção e distribuição. As conclusões de ambas as abordagens indicariam o mesmo caminho para a problemática agroindustrial, ou seja, estratégias de marketing política industrial e tecnologia. Ambos os conceitos adotam a noção de percepção de etapas de produção desde os insumos até o produto acabado.

A grande diferença entre as análises diz respeito ao sentido. A escola francesa parte do consumidor final, do produto acabado, seguindo até a matéria-prima. Já a *Commodity System Approach* seguiria no sentido contrário, ou seja, parte da matéria-prima em direção ao produto final o que acarreta diferenças não desprezíveis. Além disso, a *filière* não privilegia a variável preço no processo de coordenação do sistema e focaliza os processos distributivos do produto industrial. MARX K. ,entre outros autores, possuíam uma preocupação distributiva, por outro lado, a *Commodity System Approach* tem sua base teórica derivada da economia Neoclássica de produção em especial a Matriz de Insumo e Produto de Leontief, considerando conceitos como a interdependência intersetorial e intensidade destas ligações intersetoriais e a parcela do produto nacional proveniente do agribusiness. (ZYLBERSZTAJN, 2000, p.10)

Para BATALHA, (2001, p.29) a cadeia de produção pode ser dividida em três macrosssegmentos:

- Comercialização. Etapa onde as empresas que estão em contato com o cliente final da cadeia de produção e que viabilizam o consumo e o comércio dos produtos finais (supermercados, mercearias, restaurantes, etc.).
- Industrialização. Representa as firmas responsáveis pela transformação das matérias-primas em produtos finais destinados ao consumidor. Sendo que o consumidor é uma unidade familiar ou outra agroindústria.
- Produção de matérias-primas. Reúne as firmas fornecedoras de matérias-primas iniciais para outras empresas.

Ainda dentro desse conceito há as “ligações divergentes” onde uma operação a montante pode alimentar várias outras a jusante. E as “ligações convergentes” em que várias operações à montante darão origem a um nível menor de operações à jusante. Ainda pode haver no interior das cadeias de produção agroindustrial mecanismos de retroalimentação, onde um produto oriundo de uma etapa intermediária alimenta a mesma.

(BATALHA 2001, p. 29) referindo-se a estrutura de uma Cadeia de Produção Agroindustrial:

A lógica de encadeamento das operações, como forma de definir a estrutura de uma CPA, deve situar-se sempre de jusante para montante. Esta lógica assume implicitamente que as condicionantes impostas pelo consumidor final são os principais indutores de mudanças no status quo do sistema. Evidentemente, esta é uma visão simplificadora e de caráter geral, visto que as unidades produtivas do sistema também são responsáveis, por exemplo, pela introdução de inovações tecnológicas que eventualmente aportam mudanças consideráveis na dinâmica de funcionamento das cadeias agroindustriais. No entanto, estas mudanças somente são sustentáveis quando reconhecidas pelo consumidor como portadoras de alguma diferenciação em relação a situação de equilíbrio anterior. Determinado complexo industrial pode apresentar operações ou estados intermediários de operação comuns a várias CPA. Neste caso pode ocorrer que será chamado “operação nó”. Estas operações são importantes do ponto de vista estratégico, pois representam lugares privilegiados para a obtenção de sinergias dentro do sistema, além de funcionarem como pontos de partida eficiente para a diversificação das firmas.

Na análise de mercado, considera-se que após passar por várias operações de fabricação, um produto possa alcançar um “estado intermediário de produção”. Vale ressaltar que o termo intermediário diz respeito ao produto final da CPA. A produção de óleo de soja por exemplo seria um estado intermediário de produção na fabricação de maionese. O produto do estado intermediário de produção deveria ter estabilidade física suficiente para ser comercializado além, evidentemente, de possuir um valor real ou potencial de mercado (BATALHA, 2001 p.31):

A existência desses mercados permite a “articulação” dos vários macrosssegmentos da CPA, bem como das etapas intermediárias de produção que os compõe. Dentro de uma CPA típica podem ser visualizadas no mínimo quatro mercados com diferentes características: mercado entre os produtores de insumos e os produtores rurais, mercado entre os produtores rurais e a agroindústria e os distribuidores e mercado entre os distribuidores e os consumidores finais. O estudo das características destes mercados representa uma ferramenta poderosa para compreender a dinâmica de funcionamento da CPA.

3.1 ALGUMAS DEFINIÇÕES

Para que sejam evitadas confusões vale ressaltar algumas definições, tais como Sistema Agroindustrial, Complexo Agroindustrial, Cadeias de Produção Agroindustrial e Agronegócio (ou agribusiness).

Sistema Agroindústria (SAI): conjunto de atividades direcionadas à produção agroindustrial desde os insumos (sementes, adubos, máquinas agrícolas, etc.) até o produto final destinado ao consumidor (queijo, biscoito, massa, etc.) Ele não está associado a nenhuma matéria-prima ou produto final específico. Apresentado desta forma o SAI não revela grande utilidade como ferramenta de gestão ou de apoio para a tomada de decisões. (BATALHA, 2001, p.32)

Os principais atores seriam:

- Agricultura, pecuária e pesca
- Industrias agroalimentares
- Distribuição agrícola
- Comércio internacional
- Indústrias e serviços de apoio

Complexo Agroindustrial: Conforme Batalha, a “...arquitetura deste complexo agroindustrial seria ditada pela “explosão” da matéria-prima que originou, segundo os diferentes processos industriais e comerciais que ela pode sofrer até se transformar em diferentes produtos finais. Assim a formação de um complexo agroindustrial exige a participação de um conjunto de cadeias de produção, cada uma delas associada a um produto ou família de produtos.” (BATALHA, 2001, p.34)

O Complexo Industrial parte de uma determinada matéria-prima principal, a qual extrapolaria para outros produtos, utilizando-se de diferentes processos industriais, através da interligação com outras cadeias produtivas. Ou seja, uma determinada matéria-prima passaria por mais de uma cadeia produtiva dando origem a outros produtos.

Cadeia de Produção Agroindustrial: Se analisada de jusante para montante, ou seja, a partir da identificação do produto final. Faz-se o encadeamento segundo as várias operações técnicas envolvidas no processo tais como comerciais, logísticas, etc.

3.2 MESOANÁLISE E VISÃO SISTÊMICA

Tanto a *filière* quanto a *commodity system approach* fazem cortes verticais no sistema econômico a partir de um determinado produto final ou a partir de uma matéria-prima básica para estudar a lógica de seu funcionamento. Eles não fazem suas análises seguindo a velha divisão do sistema em agricultura, indústria e serviços. Compartilham a noção de que a agricultura deve ser vista dentro de um sistema mais amplo composto também pelos produtores de insumos pelas agroindústrias e pelas distribuição/comercialização. Quanto a aplicação potencial das duas metodologias de análise voltam-se para: estratégia e marketing política industrial, gestão tecnológica, modelo de delimitação de espaços de análise dentro do sistema produtivo e ferramenta de descrição técnico-econômica de um setor. Usam o conceito de etapas produtivas, desde a produção de insumos até o produto final, como forma de orientar a construção de suas

análises. Eles destacam o aspecto dinâmico do sistema e tentam assumir um caráter prospectivo. A diferença das metodologias da escola francesa e a americana, proposta por GOLDBERG é que na escola francesa sempre parte do produto final em direção a matéria-prima de base que lhe originou. (BATALHA, 2001, p.36)

Ainda dentro dos dois modelos há os aspectos do caráter mesoanalítico e sistêmico dos estudos. Na escola francesa a mesoanálise veio para preencher lacunas existentes nas duas principais áreas da economia: a microeconomia que estuda as unidades básicas da economia (a empresa, e consumidor, etc.) utilizando assim as partes para explicar o todo, e a macroeconomia, que parte do todo (o estado, os grandes agregados, etc.) para explicar o funcionamento das partes.

Um enfoque mesoanalítico permitiria responder a questões sobre o processo de concorrência e as opções estratégicas das firmas bem como sobre o processo distributivo entre os agentes econômicos. E alia-se ao enfoque clássico da economia industrial que não é nem a firma, nem a economia global, mas a indústria (ou setor industrial). A mesoanálise é definida como sendo "a análise estrutural e funcional dos sub-sistemas e de sua interdependência dentro de um sistema integrado" (BATALHA 2001, p.37).

Uma análise sistêmica tem como pré-requisito a definição de vários aspectos que caracterizam o problema a ser estudado, isto é a definição do sistema e de seu meio ambiente passa necessariamente pela definição do objetivo a ser alcançado pela análise. Uma análise em termos de cadeia produtiva deve definir várias condições que são consequências do objetivo a ser atingido, que está envolvido com os "contornos" do espaço de análise a ser estudado e o nível de detalhamento da análise a ser empreendida. (BATALHA, 2001, p.37)

O enfoque sistêmico considera que todo sistema evolui no espaço e no tempo em função de mudanças internas e externas ao sistema. Portanto, a cadeia de produção agroindustrial também estará sujeita a mudanças ao longo

do tempo, quando considerado sistema. Podendo estas transformações ser resultado do deslocamento das fronteiras do sistema de mudanças no meio ambiente ou ainda de um rearranjo interno dos subsistemas. Estes fatores podem atuar isoladamente ou de maneira simultânea. São características dinâmicas dos sistemas utilizadas para estudar a evolução histórica de uma CPA e elaborar previsões sobre o futuro da cadeia em questão. (BATALHA 2001 p.39) descrevendo as ações:

As empresas exercem ações sobre o meio ambiente que as cerca como o objetivo de atingir seus objetivos. Estas ações podem ser resultado de seus vários agentes internos. Por sua vez, o meio ambiente reagirá de certa forma a este estímulo. Esta resposta poderá traduzir-se, por exemplo, em novas restrições para a política da empresa. Assim a empresa deve buscar um equilíbrio dentro desta dinâmica concorrencial através da tentativa de obter as respostas mais favoráveis em relação aos objetivos a serem alcançados. O meio ambiente concorrencial apresentará sempre determinadas condições (tecnológicas, econômicas, sociais, etc.) que podem alterar esta dinâmica de funcionamento.

A análise de cadeias de produção deve estudar o equilíbrio existente em determinada situação para identificar as condições que podem alterar este equilíbrio.

"Uma análise de cadeias de produção pode também servir como ferramenta de estudo de caráter mais estático. Ela pode servir, por exemplo, para retratar, em um dado momento, qual a situação de encadeamento técnico e econômico de uma cadeia de produção. No entanto, "congelando" esta no tempo, a análise perde muito do seu caráter explicativo." (BATALHA 2001, p-39)

O enfoque sistêmico do produto possui cinco conceitos-chaves (STAATZ 1997):

- a) verticalidade – as condições em um estágio podem ser influenciadas fortemente pelas condições de outros estágios do sistema;
- b) orientação por demanda – a demanda geram informações que determinam os fluxos de produtos e serviços através do sistema vertical;
- c) coordenação dentro dos canais – as relações verticais dentro dos canais de comercialização, incluindo o estudo das formas alternativas

de coordenação, tais como contratos e mercados abertos são de fundamental importância;

- d) competição entre canais – um sistema pode envolver mais de um canal (por exemplo, exportação e mercado interno), restando à análise sistêmica de produto buscar entender a competição entre os canais e examinar como alguns canais podem ser criados para melhorar o desempenho econômico;
- e) alavancagem – a análise sistêmica busca identificar pontos-chaves na seqüência produção-consumo, na qual ações podem ajudar a melhorar a eficiência de um grande número de participantes da cadeia de uma só vez.

3.3 METODOLOGIAS DE ANÁLISE DA CADEIA DE PRODUÇÃO AGROINDUSTRIAL

A conceituação da CPA quanto a sua utilização pode ser dividida em: metodologia de divisão setorial do sistema produtivo, formulação e análise de políticas públicas e privadas, ferramentas de descrição técnico-econômica, metodologia de análise da estratégia das firmas e ferramenta de análise das inovações tecnológicas e apoio a tomada de decisões tecnológicas.

3.4 CADEIA DE PRODUÇÃO COMO FERRAMENTA DE ANÁLISE E FORMULAÇÃO DE POLÍTICAS

O conceito de CPA exposto por (BATALHA. 2001 p.29), tem por objetivo identificar os elos mais fracos de uma cadeia de produção e incentivá-los por políticas pontuais. O sucesso seria o resultado do desenvolvimento harmonioso de todos os agentes que atuam na cadeia. A análise permite uma visão global do sistema que evidencia a importância de uma melhor articulação entre os agentes econômicos privados, o poder público e os desejos e necessidades dos consumidores finais da cadeia.

3.5 CADEIAS DE PRODUÇÃO COMO METODOLOGIA DE ANÁLISE DA ESTRATÉGIA DAS FIRMAS

Do ponto de vista da empresa, o subsistema (ou mesosistema) é o lugar de interdependência que limita o campo das ações estratégicas possíveis, porém não é completamente definido mudando ao longo do tempo.

Os atores econômicos, dentro de uma cadeia de produção, irão posicionar-se de forma a obter o máximo de margens de lucro em suas atividades, ao mesmo tempo em que tentam se apropriar das margens dos outros atores presentes. Este jogo representa o principal fundamento da estratégia industrial. Assim, “a definição de uma estratégia em face da concorrência tem por objetivo posicionar a firma na melhor situação possível para se defender contra as forças da concorrência ou transformá-las a seu favor.” (BATALHA, 2001, p.42)

A forma de diversificação de uma empresa pode assumir duas direções possíveis: dentro dos setores ligados às atividades existentes ou através da penetração de uma cadeia de produção na qual a empresa está ausente.

3.6 CADEIA PRODUTIVA

Para RIBAS JUNIOR (2003) os seguintes segmentos constituiriam a cadeia produtiva:

- a) Produção de Insumos – produção de elementos que entram no processo de produção de mercadorias ou serviços (equipamentos, máquinas, trabalho humano). Exemplos: Sementes e implementos.
- b) Produção de Matérias-Primas – produção das substâncias brutas principais e essenciais com que se fazem algum produto. Exemplo café.
- c) Indústria de Processamento – sucessão de estados ou de mudanças, modos como se realizam ou executam o processo. Exemplo : café solúvel.

- d) Distribuição – logística de armazenamento e circulação pela qual o produto é transportado e distribuído após ser processado até chegar ao consumidor final. Exemplo: atacadistas, transporte rodoviário.
- e) Mercado – ambiente em que os vendedores e os compradores em potencial entram em contato.
- f) Consumidor Final – aquele que compra para gastar em uso próprio.

Outros aspectos importantes a serem ressaltados no estudo das cadeias produtivas são:

- 1) Aspectos Históricos – relato cronológico dos acontecimentos, fatos e peculiaridades que determinam a forma de desenvolvimento da cadeia produtiva.
- 2) Fatores Econômicos – aspectos relacionados à fenomenologia relacionadas a produção, distribuição, acumulação e consumo de bens que interferem nos diversos elos da cadeia produtiva.
- 3) Fatores Sociais – aspectos ligados ao relacionamento dos diversos atores, tanto individuais como institucionais, e a influencia que cada membro pode exercer nesse contexto.
- 4) Fatores Científico-Tecnológicos - aspectos relacionados ao conjunto de conhecimentos científicos, instituições de P&D (Pesquisa e Desenvolvimento) e de capacitação existentes, que estão presentes nos diversos estágios da Cadeia Produtiva. Exemplos: Instituições de P&D existentes; Universidades e Instituições de Capacitação; Nível tecnológico que permeia a Cadeia Produtiva; Volume de investimentos em P&D realizados pelas empresas, etc.
- 5) Fatores Ambientais - aspectos relacionados a interferência e transformação ambiental que todos os processos realizados dentro da Cadeia Produtiva causam ao meio ambiente e como a legislação se aplica no processo produtivo. Exemplos: Análise dos Danos ambientais

acarretados pelo processo produtivo; Legislação específica que afeta as diversas etapas de produção; Se as matérias-primas são renováveis ou não; Conscientização do consumidor sobre os impactos causados no decorrer do processo produtivo, etc.

6) Fatores de Infra-Estrutura - aspectos relacionados a infra-estrutura existente para o desenvolvimento das atividades da Cadeia Produtiva e se atua como elemento facilitador ou dificultador nos diversos estágios do processo produtivo. Exemplos: Malha viária, Portos e Aeroportos; Telecomunicações, etc.

7) Fatores Institucionais - aspectos relacionados ao tecido institucional existente no âmbito da Cadeia Produtiva, a intensidade, a influência e o papel de cada instituição no contexto da Cadeia Produtiva. Exemplos: Instituições Empresariais; Associações de Classe; Papel exercido por cada instituição (Planos Programas e Projetos); Órgãos Governamentais, ONG's, Fóruns de Desenvolvimento, Bancos de Fomento, etc.

8) Fatores Legais - aspectos relacionados ao aparato jurídico e legislação que permeia o processo produtivo da Cadeia Produtiva até o consumidor final. Exemplos: Legislação, órgãos de defesa do consumidor, Tendências, Inadequação as normas, portarias e leis existentes, etc.

9) Fatores Físicos-Territoriais – aspectos relacionados às condições territoriais que influenciam o desenvolvimento das atividades da CP. Clima, Geologia, etc.

10) Mecanismos de Coordenação – aspectos relacionados aos atores sociais e intervenções por eles efetuadas que exercem algum tipo de coordenação dentro da cadeia produtiva. Exemplo: Empresas líderes, 11) lideranças empresariais, eventos, etc.

Fluxo Financeiro – fluxo que ocorre de jusante para montante, como forma de pagamento pelos produtos ou serviços adquiridos.

12) Fluxo de Informações – fluxo que ocorre de jusante à montante, como forma de conhecimento das necessidades e aceitação de produtos e serviços pelos clientes, tais como, volume a ser produzido, embalagem adequada, qualidade, etc.

13) Fluxo Físico – fluxo que ocorre de montante à jusante dos produtos e serviços, da qualidade da matéria-prima até o consumidor final.

3.7 PRODUTO

BATALHA (2001, p.66) define os produtos agroindustriais como:

Os produtos agroindustriais diferem muito uns dos outros. Uma grande maioria consiste em produtos alimentares, mas outros - como tecido ou borracha - atendem outros anseios dos consumidores. Alguns são perecíveis, como derivados do leite, enquanto outros podem ser estocados por mais tempo sem cuidados exagerados, como o café. Finalmente, alguns necessitam de um processamento complexo, como o papel, enquanto outros demandam apenas um acondicionamento adequado, como frutas in natura.

Os produtos agroindustriais são essencialmente bens de primeira necessidade e de baixo valor unitário. Essas características ficam evidentes quando comparamos alimento em geral, papel e tecidos com automóveis ou uma máquina ferramenta com comando numérico computadorizado. Esse fato faz com

que uma variação do preço dos produtos agroindustriais não interfira intensamente em sua quantidade consumida.

Para se analisar a forma de competição entre dois bens é preciso dividi-los em “bens complementares” e “bens substitutos” os bens são complementares quando o aumento no preço de um produto provoca uma queda na quantidade demandada do outro. Dois bens são complementos perfeitos quando a taxa marginal de substituição entre eles for infinita; nesse caso, as curvas de indiferença são ângulos retos. (PINDYCK, 2002). Já dois bens são substitutos quando o aumento no preço de um deles provoca um aumento na quantidade demandada do outro. Dois bens são substitutos

perfeitos quando a taxa marginal de substituição de um pelo outro é constante. (PINDYCK, 2001.)

No caso do café os principais bens substitutos são as bebidas frias (refrigerantes por exemplo) e os chás. O leite e o açúcar são os principais bens complementares ao café.

3.8 MERCADO

Em sentido geral, o termo designa um grupo de compradores e vendedores que estão em contato suficientemente próximo para que as trocas entre eles afetem as condições de compra e venda dos demais. Um mercado existe quando compradores que pretendem trocar dinheiro por bens e serviços estão em contato com vendedores desses mesmos bens e serviços. Desse modo, o mercado pode ser entendido como o local, teórico ou não, do encontro regular entre compradores e vendedores de uma economia determinada. Concretamente, ele é formado pelo conjunto de instituições em que são realizadas transações comerciais. Ele se expressa, entretanto, sobretudo na maneira como se organizam as trocas realizadas em determinado universo por indivíduos, empresas e governo. (SANDRONI, 3.989, p. 193)

O mercado constitui um "Grupo de compradores e vendedores que, por meio de suas interações efetivas ou potenciais, determinam o preço de um produto ou de um conjunto de produtos". (PINDYCK, 2002)

Mercado de fatores competitivos é aquele em que há um grande número de vendedores e de compradores de um fator de produção, como trabalho ou matéria-prima. Pelo fato de nenhum vendedor ou comprador em particular poder influenciar o preço de um determinado fator, cada um deles se constitui um aceitador de preços. (PINDYCK, 2002)

A chamada livre-concorrência caracteriza situação do regime de iniciativa privada em que as empresas competem entre si, sem que nenhuma

deitas goze da supremacia em virtude de privilégios jurídicos, força econômica ou posse exclusiva de certos recursos. Nessas condições, os preços de mercado formam-se perfeitamente segundo a correção entre a oferta e procura, sem interferência predominante de compradores ou vendedores isolados. Os capitais podem, então, circular livremente entre os vários ramos e setores, transferindo-se dos menos rentáveis para os mais rentáveis em cada conjuntura econômica. (SANDRONI 1989, p.62)

3.9 O SISTEMA AGROINDUSTRIAL DO CAFÉ

Este trabalho foi desenvolvido pelos professores Décio Zylbersztajn, junto com Elizabeth M. M. Q. Farina e Rubens da Costa Santos, e teve por objetivo caracterizar e propor soluções para os principais gargalos do Sistema Agroindustrial do Café na virada da década de oitenta para a década de noventa do século passado. (ZYLBERSZTAJN, 2000, p.10)

Nessa abordagem foram utilizados dados principalmente obtidos junto ao Comitê Brasileiro do Café (CBC), que é o fórum maior de defesa do café brasileiro, onde os diversos segmentos, o Conselho Nacional do Café (CNC), Associação Brasileira da Indústria de Café (ABIC), Associação Brasileira da Indústria de Café Solúvel (ABrCS) e Federação Brasileira dos Exportadores de Café (FEBEC), todos esses sendo importantes atores do seguimento privado do sistema de governança da cadeia produtiva do café. Além da pesquisa de cunho qualitativo, através da técnica de entrevistas em profundidade, realizadas individualmente tanto com consumidores como com produtores de café.

Com uma abordagem sistêmica, emprega conceitos tais como *commodity systems approach* (enfoque sistêmico do produto), "Cadeia Agroindustrial", "Coordenação da Cadeia" para orientar seus procedimentos e referenciais analíticos. O estudo procura analisar o grau da competitividade da cadeia por meio de análise qualitativa, propondo ao final do trabalho medidas corretivas para minimizar os fatores negativos. (BATALHA 2001, p27)

4 METODOLOGIA

A descrição dos principais elos da cadeia produtiva do café será feita do fim para o começo, ou seja, partindo dos consumidores seguindo no sentido dos produtores, passando pelos varejistas, atacadistas, indústrias etc.

Para analisar a evolução do consumo serão estudadas as relações entre as variáveis, consumo per capita, renda per capita e crescimento populacional. Para isso, serão utilizados dados estatísticos obtidos junto a órgãos tais como IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), ABIC (Associação Brasileira da Indústria de Café) e ABICS (Associação Brasileira da Indústria de Café Solúvel).

Serão analisadas as principais mudanças no ambiente institucional cafeeiro, com a finalidade de verificar as implicações sobre a evolução do setor no período.

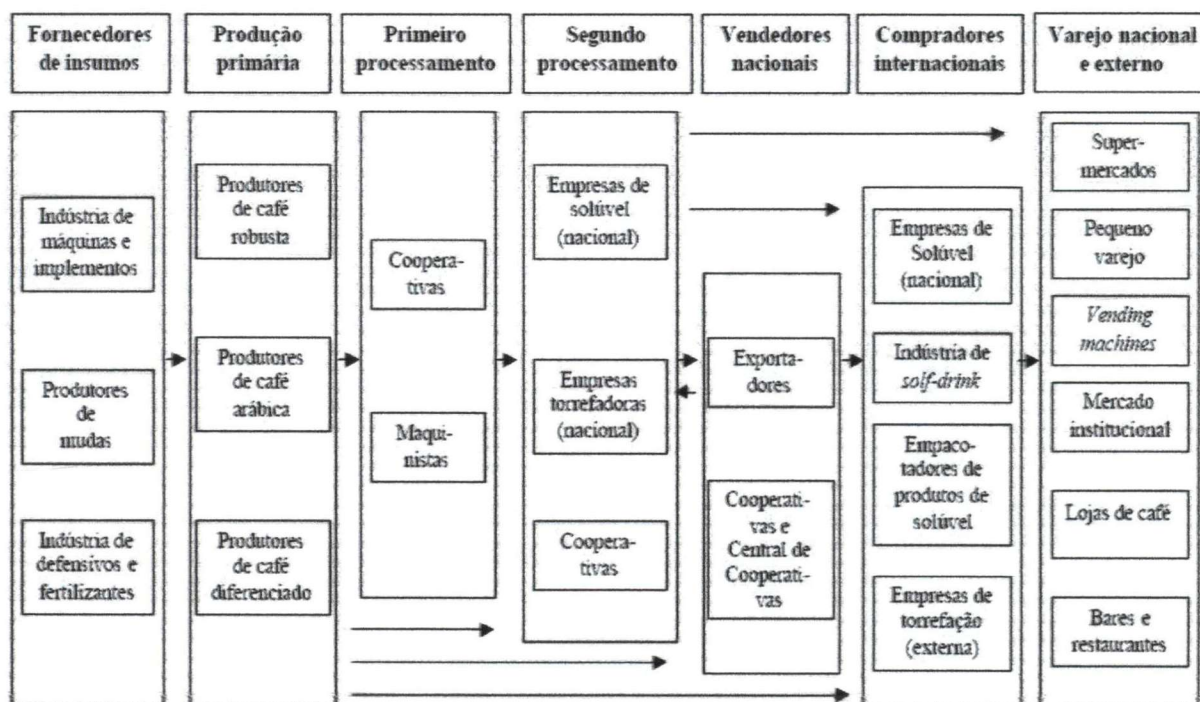
5 CADEIA PRODUTIVA DO CAFÉ

A cadeia produtiva é uma seqüência de operações que conduzem à produção de bens com interdependência entre os elos, constituindo assim um sistema integrado. Ainda há de se considerar as possíveis intervenções exteriores, que podem atuar, influenciando diretamente na atuação dos elos (ZYLBERSZTAJN, 1998, p.11).

Observando a cadeia produtiva do consumo final para a produção, tem-se como primeira fase do ciclo é o comércio varejista. O segundo elo é a indústria que é a responsável pela embalagem e comercialização junto ao atacadista. A terceira fase é a cooperativa que tendo comprado o café do produtor faz o beneficiamento (fazenda, benefício e rebenefício)) e o comercializa com o atacadista. A próxima etapa é a produção de café, localizada na zona rural onde os agricultores são responsáveis pelo plantio e colheita e compra dos insumos utilizados no comércio.

A organização e estrutura da cadeia produtiva do café têm basicamente a mesma matriz, sofrendo pequenas variações conforme as características de cada região, conforme apresentado na figura 1.

FIGURA 1: CADEIA PRODUTIVA DO CAFE



FONTE: Farina, Elizabeth. ESTUDO da Competitividade das Cadeias Integradas no Brasil Cadeia Café.

Peia observação do fluxo do café físico dentro de sua cadeia observa-se que a matéria-prima transforma-se em basicamente três produtos: o café torrado, o café torrado e moído e o café solúvel. A partir desses outros produtos com também são gerados, balas, capuccinos e outros.

O segmento de bens de capital para a cafeicultura é constituído basicamente por equipamentos mecânicos e eletrônicos, sendo que os equipamentos mecânicos atuam na maior parte das atividades da cafeicultura (fazenda, benefício e rebenefício), enquanto que os equipamentos mais puramente eletrônicos seriam utilizados apenas na separação e rebenefício (VEGRO 2005).

Nos primeiros anos da década de noventa segundo o mesmo autor, quatro empresas produziam equipamentos mecânicos utilizados na colheita, colheitadeiras, puxadas por tratores ou autopropelidas, derriçadeiras pneumáticas portáteis operadas manualmente.

No segmento das empresas produtoras de equipamentos pós-colheita, benefício e rebenefício, duas empresas respondiam pela maior parcela da produção sendo que uma delas é voltada para o atendimento de pequenas unidades de processamento enquanto a outra para grandes unidades.

Quanto a área dos equipamentos eletrônicos, houve grandes modificações no período estudado quando uma das grandes firmas, entrou em concordata outra fechou sua filial no Brasil e uma terceira empresa, que possuía melhores condições ocupou esse espaço deixado no mercado.

As cooperativas e os maquinistas fazem parte do elo da cadeia produtiva do café e o recebem para a classificação, benefício e rebenefício tendo em alguns casos a função de torrefação e distribuição.

As cooperativas têm também a função de dar assistência técnica a seus associados bem como a divulgação de tecnologia, porém em especial na década de 90 em função da crise de preços esse serviço se desmobilizou o

~~que~~ restringiu a capacidade de reação da cafeicultura nesse período (CARDINALI 1996).

Em função do avanço da tecnologia de telecomunicações houve um esvaziamento de tal atividade que sente a falta de profissionais treinados para esse fim. (VEGRO 2005).

A indústria alimentar que se vincula ao café, reúne duas vertentes principais, a torrefação e a moagem. “essas empresas transformam o produto em sua forma convencional de consumo em pó para filtros e máquinas de expresso, e café em grânulos e pó solúveis” (VEGRO 2005).

As torrefadoras que até a década 90 eram bastante dependentes do setor governamental, dedicadas basicamente para o abastecimento do mercado interno, sua contribuição para as exportações de cafés torrados e moídos era mínima, porém após a desregulamentação do mercado interno brasileiro esta passou a ser maior.

Ao contrário das torrefadoras as empresas de café solúvel estão entre os 10 maiores seguimentos exportadores de manufaturados (CARVALHO et al, 1996), criando assim uma situação de forte dependência com o mercado externo, tomando-se assim bastante vulnerável às oscilações cambiais bem como da economia dos países importadores.

Dada a complexidade destas relações, entre os atores deste agronegócio em função do número crescente de estratégias que vão sendo adotadas pelos envolvidos em cada seguimento, toma-se impraticável a tutela do estado pois esta dificultava a criação de oportunidades. Por isso quando o mercado foi desregulamentado, no fim da década de 80, são criados subsistemas coordenados. Cada Grupo estratégico pode ser entendido como um conjunto de empresas que atum dentro de um mesmo padrão concorrencial, e por isso incorrem em ativos específicos semelhantes (FARINA 2002, p38).

ε MERCADO INTERNO DO CAFÉ 1990/1999

No mercado interno, durante os anos 90 foram consumidos, anualmente praticamente 10 das 30 milhões de sacas da produção brasileira, sendo estes divididos pelos seguintes segmentos: o segmento constituído por consumidores finais do produto e aquele composto por instituições e empresas, aqui denominado como consumo institucional.

Segundo as estatísticas oficiais da época, o Brasil possuía em 1990 mais de 145 milhões de habitantes, ressaltando que em relação a anos anteriores, o país apresentou uma taxa de expansão populacional decrescente. Estima-se, também que neste período a renda per capita do brasileiro era da ordem de US\$ 3.336,00 (IBGE). Isto indica, que no contexto latino-americano o Brasil constitui um mercado de grandes proporções com uma considerável quantidade de consumidores potenciais.

O consumo per capita era, em 1980, da ordem de 2,83 kg/ano e, em 1989, passava a ser 1,80 kg/ ano, evidenciando uma tendência de queda no consumo interno de café que prosseguiu até o início da década de 90 (ZYLBERSZTAJN, 1998, p.10) sendo revertido a partir de 1994.

O período entre 1990 e 1995 parecia não existir dúvidas quanto à existência de uma tendência de queda no consumo de café, além da inexistência de informações mais confiáveis sobre as atitudes dos consumidores em relação ao consumo de café, o que tomava difícil a tomada de decisões de boa qualidade por parte dos produtores e industriais do setor. (ZYLBERSZTAJN, 1998, p.30)

6.1 AMBIENTE INSTITUCIONAL

O início dos anos 90 se apresentava como um momento de mudanças, no sistema de governança do café, onde os atores da cadeia do café buscavam implementar uma série de providências, visando estimular tanto o

aumento da produtividade quanto da qualidade do todo setor cafeeiro no Brasil, em consonância com os estímulos proporcionados pelo PBQP (Programa Brasileiro de Qualidade e Produtividade). Vale ressaltar também os esforços de pesquisa, feitos em especial na área de distribuição e consumo, empreendidos pela ABIC. (ZYLBERSZTAJN, 1998, p.17)

Naquele período, segundo ZYLBERSZTAJN (1998, p.29) apesar do Brasil ser o maior produtor e exportador mundial, não tinha no café o principal produto de sua balança comercial. Este fato contribuiu para a relativa perda de importância da exportação desta commodity para a economia brasileira, e teve como consequência a perda do interesse político e econômico. Também a força da cadeia café como grupo organizado de pressão, que nem de longe lembrava a importância de outros tempos, quando o café, com seus capitais excedentes deu início à industrialização paulista e brasileira. O período citado coincide com o fim do IBC (Instituto Brasileiro de Café), sem que em seu lugar fosse posto nenhum outro órgão ou instituição com a função de coletar, conciliar e divulgar estatísticas sobre a distribuição e o consumo do café.

Para aumentar ainda mais essa perda de força de poder de negociação, tanto os setores atacadistas como varejista acompanham a tendência mundial de concentração dos estabelecimentos, diminuindo assim, ainda mais o poder de negociação das indústrias junto aos distribuidores. Nesse contexto o “maquinista”, que é o agente responsável pelo primeiro beneficiamento, classificação e comercialização do café, pela assimilação da fase de beneficiamento pelo produtor ou pela cooperativa, quase desapareceu.

Em meados dos anos da última década do século XX, 90% do café era exportado e cerca de 60% do café consumido internamente eram comercializados através de corretores, acentuando assim a importância do exercida pelos intermediários na comercialização do produto. (ZYLBERSZTAJN, 1998 p.50)

Com a crise econômica, que se refletiu na queda do consumo per capita

de café nesse período, aliada à intensa concorrência, os agentes foram estimulados a diminuir seus custos de comercialização, em especial as comissões pagas aos corretores.

Outro fenômeno significativo desse período foram as novas tendências de alimentação natural e o consumo associado ao do cigarro, como um vício negativo e prejudicial à saúde, além de não relacionado com “hábitos saudáveis”, inimigo do sono e da tranquilidade aliado do estresse e do nervosismo, etc.

Nesse período entendia-se que o café não possuía um dos quadros mais promissores, porém o forte apelo emocional do café e o grande parque cafeicultor brasileiro, com sua variedade e complexidade, apresentavam condições de atender aos diferentes tipos de necessidades dos consumidores tanto nacionais como internacionais.

Em 1997, na tentativa de conter o grande número de adulterações e como fruto de uma iniciativa coletiva do setor privado criou-se a ABIC, e a regulação conhecida como “selo de pureza”, tendo este grande importância na função de excluir do mercado as indústrias fraudadoras, sendo também percebido pelos consumidores.

O Selo teve um importante papel de excluir as empresas fraudadoras e é significativamente percebido pelo consumidor, conforme foi verificado em pesquisa realizada pelo SEBRAE/PENSA (2001).

No setor do café, as principais empresas que atuavam no início da década de 90 no Brasil são a Sara Lee Cafés do Brasil Ltda, Cia Cacique de Café Solúvel, Melitta do Brasil Ind. e Com. Ltda, Café Bom Dia Ltda, Café Damasco S.A., Café Três Corações, Mitsui Alimentos Ltda, Ind. de Torrefação de Moagem Café Marata Ltda, São Braz S.A. Ind. e Com. de Alimentos e Santa Clara Ind. e Com. de Alimentos Ltda e mais recentemente Café Pilão e Café Caboclo. Disponível em <www.abic.com.br>

Houve no final década de 90 e início do século XXI um grande processo de fusão e incorporação, resultado da maior presença do capital internacional no Brasil. Foi quando a empresa norte americana, Sara Lee, na segunda metade dos anos 90, adquiriu as marcas: Café das Oito, Café Melitta e Café Três Corações. A Empresa Sara Lee é a principal compradora de café no Brasil.

QUADRO 1 – RELAÇÃO DAS 100 MAIORES INDÚSTRIAS DE CAFÉ ASSOCIADAS DA ABIC OUTUBRO/2006

Classificação	UF	Empresa
01	SP	Sara Lee Cafés do Brasil Ltda
02	CE	Santa Clara Indústria e Comércio de Alimentos Ltda.
03	SE	Indústrias Alimentícias Maratá Ltda.
04	SP	Melitta do Brasil Indústria e Comércio Ltda.
05	PR	Café Damasco S/A.
06	SP	Mitsui Alimentos Ltda.
07	SP	Cia. Cacique de Café Solúvel
08	MG	Café Bom Dia Ltda.
09	SP	Moka Trading Company Ltda.
10	PB	São Braz S/A Indústria e Comércio de Alimentos
11	SP	Café Utam S/A
12	PR	Odebrecht - Comércio e Indústria de Café Ltda.
13	SP	Jardim Indústria e Comércio S/A
14	MG	Toko - Indústria e Comércio, Importação e Exportação Ltda.
15	CE	Moageira Serra Grande Ltda.
16	PR	Itamaraty Indústria e Comércio S/A
17	RJ	Socan - Produtos Alimentícios Ltda.
18	MG	Veloso e Tavares Indústria de Alimentos Ltda.
19	SP	Café Pacaembu Ltda.
20	SP	Nhá Benta Indústria de Alimentos Ltda.
21	PE	Moinho Petinho Indústria e Comércio Ltda.
22	MA	Produtos Alimentícios Ribamar Cunha Ltda.
23	SP	Café Jaguarí Ltda.
24	PE	Cirol Royal S/A.
25	RJ	Sendas S/A
26	BA	Sobesa Industrial de Alimentos Santanense Ltda.
27	ES	Realcafé Solúvel do Brasil S/A
28	GO	Dicasa Indústria e Comércio de Alimentos Ltda.
29	PR	COROL Cooperativa Agroindustrial.
30	SP	Café Canecão Ltda.
31	DF	Café do Sítio Indústria e Comércio Ltda.
32	GO	Café Rancheiro Agro Industrial Ltda.
33	ES	Buaiz S/A. Indústria e Comércio
34	RJ	Café Favorito S/A
35	SP	Torrefações Noivacolinenses Ltda.
36	BA	Ipam Indústria de Produtos Alimentícios Moenda Ltda.
37	DF	Café Export Indústria e Comércio Ltda.
38	MG	Segafredo Zanetti (Brasil) Com. e Distribuição de Café S/A
39	AM	Indústria de Café Manaus Ltda.
40	ES	Café Meridiano Indústria e Comércio Ltda.
41	RJ	Soc. Abast. do Comércio e Indústria de Panif. - SACIPAN S/A
42	MG	Cooperativa Regional de Cafeicultores em Guaxupé Ltda.
43	MG	Montes Claros Indústria e Comércio de Produtos Alimentícios Ltda.

44	GO	Atlas Comércio e Indústria Ltda.
45	MG	Café Itau Ltda.
46	PR	Café Lontrinha Ltda.
47	MG	Sociedade Mogyana Exportadora Ltda.
48	SC	Sasse Alimentos Ltda.
49	PR	COCAMAR Cooperativa Agroindustrial
50	DF	Café Forte Indústria e Comércio Ltda.
51	MG	Icatril Indústria de Café do Triângulo Ltda.
52	PE	Indústria e Comércio de Café Ouro Verde Ltda.
53	AL	Indústrias Reunidas Coringa Ltda.
54	RJ	Cia. Capital de Produtos Alimentícios
55	SP	Camilo Alimentos Ltda.
56	SP	Intercoffee Comércio e Indústria Ltda.
57	SC	Café Guidalli Indústria e Comércio Ltda.
58	SP	Café Caiçara Ltda.
59	SP	Irmãos Giriboni Ind., Comércio, Importação e Exportação Ltda.
60	MT	Sociedade Industrial Rondonina Ltda.
61	RJ	Café Faraó Ltda.
62	SP	Cafés Amajo e Toninho Indústria e Comércio Ltda.
63	SP	Branco Peres Comércio Atacadista Ltda.
64	SP	Indústria de Produtos Alimentícios Cassiano Ltda.
65	ES	Campeão Comércio e Indústria de Café Ltda.
66	SP	Torrefação e Moagem de Café Serra da Grama Ltda.
67	MG	Café Três Marcos Indústria e Comércio Ltda.
68	SP	Cimo Alimentos Comércio & Exportação Ltda.
69	TO	Rodeio Indústria e Comércio de Café Ltda.
70	SP	Indústria e Comércio de Café Moraes Ltda.
71	BA	Agroindústria e Exportadora Café Bahia S/A.
72	PB	Moinho Patoense Ltda.
73	BA	Moinho Paquetá Indústria e Comércio Ltda.
74	SP	Irmãos Kuhl Ltda.
75	PR	Café Cereja Indústria e Comércio Ltda.
76	SP	Alcafé Café Ltda.
77	SP	Indústria e Comércio de Café Floresta Ltda.
78	MG	Cinal Comércio e Indústria de Alimentos Ltda.
79	BA	Produtos Alimentícios Maria Rosa Ltda.
80	ES	Cegil Exportação e Importação Ltda.
81	MG	Café Sorriso Ltda.
82	SP	Alecio Gotti e Cia.
83	PR	Cia. Iguazu de Café Solúvel
84	MG	Negrilo Indústria e Comércio de Café Ltda.
85	SP	COCAPEC - Cooperativa de Cafeicultores e Agrop. Ltda.
86	PB	Café Aurora Ltda.
87	SP	Torrefação e Moagem Café Menezes Ltda.
88	SP	Café Excelsior Ltda.
89	SP	Café Tesouro Ltda.
90	PA	Hileia Indústria de Produtos Alimentícios S/A
91	SP	Torrefação e Moagem de Café Loli Ltda.
92	MG	Café Dom Pedro Ltda.
93	RO	Teimar Indústria e Comércio Ltda.
94	MG	Café Paulista Ltda.
95	PR	Indústria e Comércio de Torrefação de Café Jandaia Ltda.
96	RJ	Café Grão Nobre Ltda.- ME
97	SP	Paolinetti Indústria e Comércio Ltda.
98	SP	Moyses e Cia. Ltda.
99	RJ	Café Porto Novo Ltda.
100	GO	Filhos Indústria e Comércio de Alimentos Ltda.

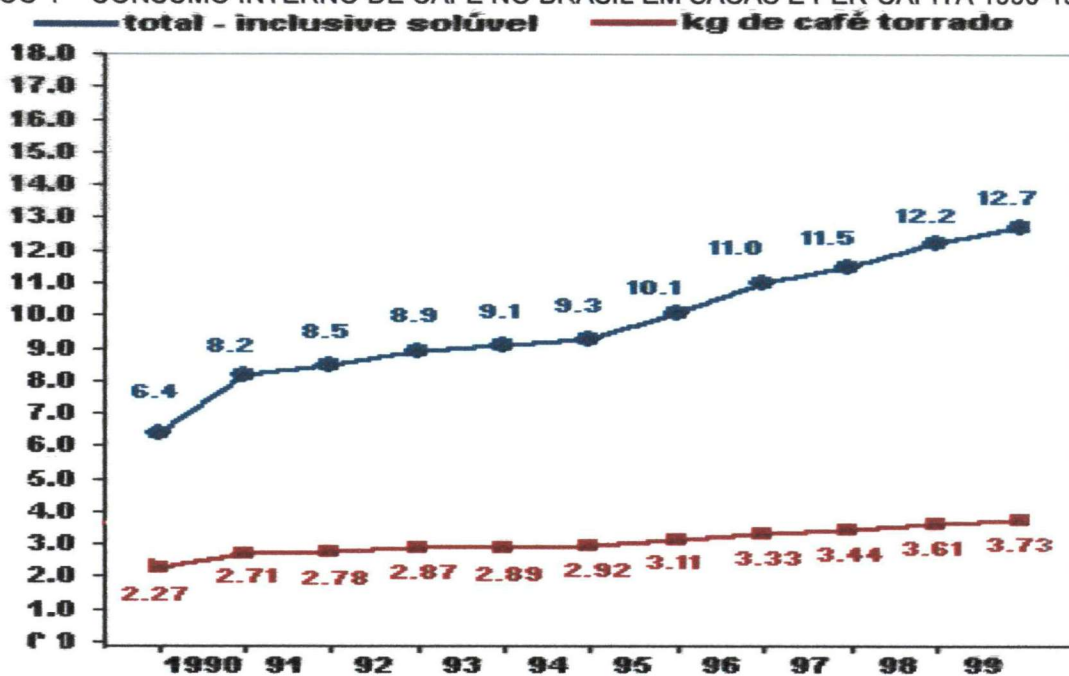
FONTE-DISPONIVEL EM <WWW.ABIC.COM.BR>

6.2 DEMANDA E OFERTA

CONSUMO FINAL

Segundo o trabalho, “Estudo da Competitividade de Cadeias Integradas No Brasil” (2005), mercado brasileiro, durante a década de 80, período imediatamente anterior ao que será estudado neste trabalho, verificou-se que no Brasil havia uma tendência de diminuição do consumo per capita de café, porém, a partir dos anos 90 esta tendência foi revertida, conforme mostra o gráfico a seguir:

GRÁFICO 1 – CONSUMO INTERNO DE CAFÉ NO BRASIL EM SACAS E PER-CAPITA 1990-1999



Fonte: disponível em www.abic.com.br

Um dos fatores, dentro de uma série de outros que iriam impactar negativamente, impedindo o consumo de café em níveis mais avançados, diz respeito ao mito de que “café é tudo igual”, culpa do tabelamento de preços que havia no país até o início dos anos 90. As empresas adotaram neste período uma competição por “diferenciação às avessas”, onde, a maior parte das empresas do seguimento possuíam dois tipos de café no mercado, o de

“combate” que seria o de pior qualidade, onde se usava uma torra mais intensa com o objetivo de disfarçar essa baixa qualidade, além ser misturado com milho, cevada, palha, etc. e o tabelado com qualidade mais aceitável. (ZYLBERSZTAJN, 1998 p.31)

Em 1990, o consumo interno de café no Brasil, conforme quadro 2, era de 6,1 milhões de sacas, crescendo ininterruptamente até 1994, quando chegou a 9,3 milhões de sacas, ou seja, com um crescimento de 52,5% no período. Mantendo uma média de crescimento anual aproximadamente de 9,8%.

Ainda conforme quadro 2, verifica-se que o consumo interno de café no Brasil em 1995 era de 10,1 milhões de sacas, crescendo ininterruptamente até 1999, quando chegou a 12,7 milhões de sacas, ou seja, com um crescimento de 25,7% no período. Mantendo uma média de crescimento anual aproximadamente de 5,2%.

QUADRO 2 – CONSUMO INTERNO DE CAFÉ NO BRASIL EM SACAS E PER-CAPITA 1990-1999

Ano	Consumo (milhões de sacas)		Consumo (Kg/Habitante ano)	Per capita, em reais correntes	População Residente (1000 hab.)
	Torrado/ Moído	Total inclusive Solúvel	Café torrado		
1990	6,1	8,2	2,71	*	145.536,2
1991	6,3	8,5	2,78	*	146.987,7
1992	7,1	8,9	2,87	*	149.269,2
1993	7,5	9,1	2,89	*	151.546,3
1994	8,2	9,3	2,92	*	153.824,0
1995	9,7	10,1	3,11	4.203,3	156.106,4
1996	10,6	11,0	3,33	4.828,1	158.400,7
1997	11,0	11,5	3,44	5.316,6	160.710,3
1998	11,6	12,2	3,61	5.498,8	163.033,8
1999	12,2	12,7	3,73	5.770,8	165.371,5

FONTE: ABIC E IBGE

* PERÍODO ANTERIOR À VIGÊNCIA DO R\$

O aumento do consumo de café, torrado e solúvel, entre 1995 e 1999 foi de 25,74% enquanto o aumento da renda per-capita no mesmo

1999 foi de 25,74% enquanto o aumento da renda per-capita no mesmo período foi de 37,9%. O consumo total de café cresceu, mas um pouco menos que a renda per capita.

O crescimento populacional do período entre 1990 e 1999 foi 5,9% bem abaixo dos 54,8% do consumo de café. Entende-se, que o crescimento do consumo de café está mais relacionado com o aumento da renda per capita do que com o aumento populacional.

PRODUÇÃO EM SACAS

Já no início da década de 90 a maior abertura comercial do período e as alterações cambiais causaram grande instabilidade no setor O que resultou em um ajuste da produção que chegou a 14.570.501 milhões de sacas em 1990 (quantidade menor que a de 1989 que foi de 15.817.192) e subiu 3,4% no ano de 1991. (ZYLBERSZTAJN, 1998 p.44)

Outro fator que influenciou esse cenário de baixo desempenho foram os preços baixos do período, resultado do fim do IBC e da quebra de acordos internacionais.

A partir de 1994, os preços começam a subir atingindo seu pico em 1997. Como a demanda não acompanhou a oferta, no período de 1997 a 1999 houve queda nos preços resultando do aumento da produção que cresceu ininterruptamente nesses três anos, passando de 14.437.153 milhões de sacas em 1997 para 21.060.854 de sacas em 1999. Crescimento de aproximadamente 45,9%.

TABELA 1 – QUANTIDADE DE SACAS DE CAFÉ PRODUZIDAS NO BRASIL NO PERÍODO DE 1990 A 1999

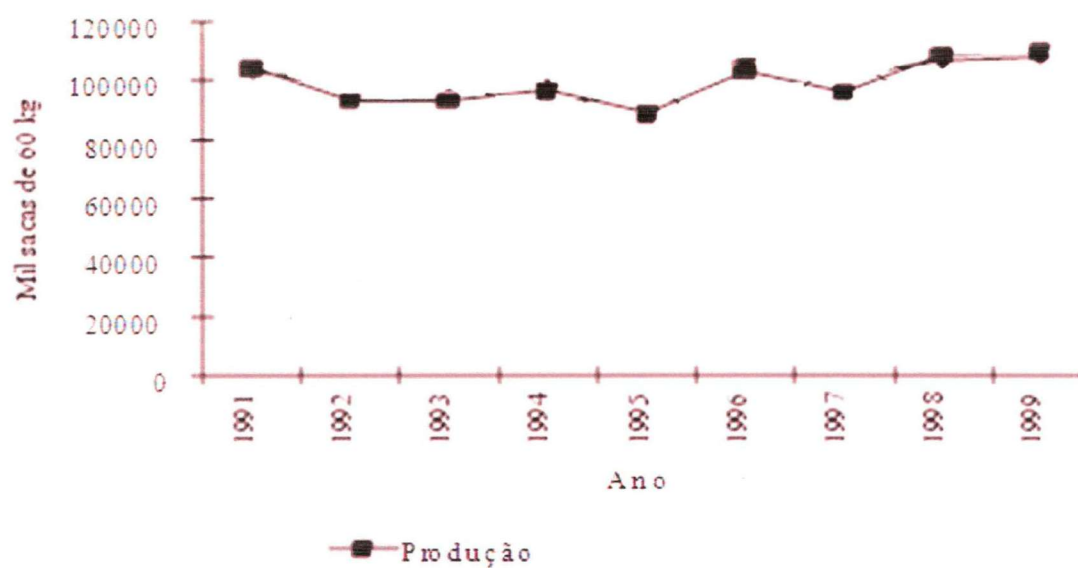
	Quantidade (saca de 60 Kg)
1990	14.570.501
1991	19.572.696
1992	16.424.587
1993	15.146.066
1994	14.581.237
1995	11.939.188
1996	12.772.174
1997	14.437.153
1998	16.561.324
1999	21.060.854
Médi.	16.136.765
Máximo	21.060.854
Mínimo	11.939.188
CV (%)	17,58

Fonte: Anuário Estatístico do Café (2001/2002) e SECEX (outubro de 2002)

O crescimento da produção nesse período, fruto de mudanças tecnológicas implementadas pelo setor, buscou maior eficiência na alocação dos recursos disponíveis. Essas medidas têm possibilitado uma maior produção de cafés especiais.

Quanto aos fatores de crescimento determinantes do comportamento da produção observa-se em 1991, variação positiva em relação a 1990, resultante dos efeitos quantidade; taxa de câmbio e política (AGRIANUAL, 2002). Esse comportamento da produção deve estar associado a mudanças que vinham acontecendo na atividade, tanto internamente como externamente, em especial o rompimento do AIC em 1989, o aumento dos estoques internos, aumento das exportações de países produtores, que marcaram de forma relevante o cenário mundial da cafeicultura no período entre 1990 e 1995.

GRÁFICO 2 – PRODUÇÃO BRASILEIRA DE CAFÉ NO PERÍODO ENTRE 1991 E 1999



Fonte: Adaptado das publicações Agriannual (2000) e Agriannual (2001)

7 MERCADO INTERNO DO CAFÉ 2000/2006

7.1 AMBIENTE INSTITUCIONAL

Em pesquisa realizada em 2000, o Programa Cafés do Brasil se observou pouca diferenciação do café tradicional vendido:

A comoditização do mercado de café torrado e/ou moído que caracteriza o setor nos tempos atuais, tem sido marcada por uma substancial falta de diferenciação entre a maioria das marcas de café, implicando em baixos valores agregados, concorrência predatória e resultados negativos para a grande maioria das empresas, de qualquer porte e tamanho.

A pesquisa SEBRAE/PENSA (2001) constatou que a grande maioria dos consumidores (92%) estaria disposta a pagar mais por um café de qualidade. Além disso, a pesquisa realizou degustação utilizando-se três diferentes níveis decrescentes de qualidade de café: gourmet, superior e tradicional. Os consumidores degustavam uma dose de cada café e davam sua opinião sobre aroma, sabor e corpo.

Quase 80% da amostra de 300 consumidores entrevistados em supermercados em Belo Horizonte e São Paulo, conheciam o Selo de Pureza da ABIC e 61% levava em consideração no momento da compra.

O café gourmet foi considerado mais gostoso que os demais tipos na degustação, com 43% de preferência, seguido pelo tradicional e pelo superior. De acordo com a pesquisa o resultado é estatisticamente confiável ao nível de 95% de significância. Ou seja, os consumidores percebem, na média, que o café gourmet é mais gostoso que o tradicional, que por sua vez é mais gostoso que o superior.

Em se tratando de iniciativas estaduais vale destacar o esforço paulista de criar o “Sindicafé” (Sindicato da Indústria Cafeeira de São Paulo) criando também a “Campanha de Qualidade” firmando convenio como o ITAL (Instituto de Tecnologia de Alimentos de Campinas) e também o Selo São Paulo de Qualidade para Café Torrado e/ou moído prevendo certificações

para diversos produtos agroindustriais relacionados com o café.

Segundo a ABIC, o motivo do aumento quase ininterrupto no crescimento do consumo nesse período, se deve à melhoria contínua da qualidade do café oferecido aos consumidores, fruto do PQC, (Programa de Qualidade do Café), lançado pela ABIC em 2004, tendo por objetivo certificar a qualidade do café desde o plantio até o consumo. Atualmente o PQC inclusive certifica cafés produzidos de maneira sustentável. Outro aspecto importante é a presença e consolidação dos cafés especiais e *gourmet* consumidos em cafeterias e bares. Melhora da percepção do café quanto aos seus benefícios à saúde e, principalmente, o aumento do poder aquisitivo das classes D e E, o que significa vários milhões de consumidores interessados na bebida.

6.2 Demanda e Produção

CONSUMO FINAL

O consumo brasileiro de café pode ser expresso basicamente pela diferença entre o que é produzido e o que é exportado, ou seja, a quantidade de café importada consumida no Brasil é irrelevante.

A quadro 3 e o gráfico 3 demonstram o aumento do consumo de café que ocorreu em no período de 2000 a 2006, compreendendo, assim, o segundo período que está sendo estudado neste trabalho.

QUADRO 3 – CONSUMO INTERNO DE CAFÉ NO BRASIL EM SACAS E PER-CAPITA 2000-2006

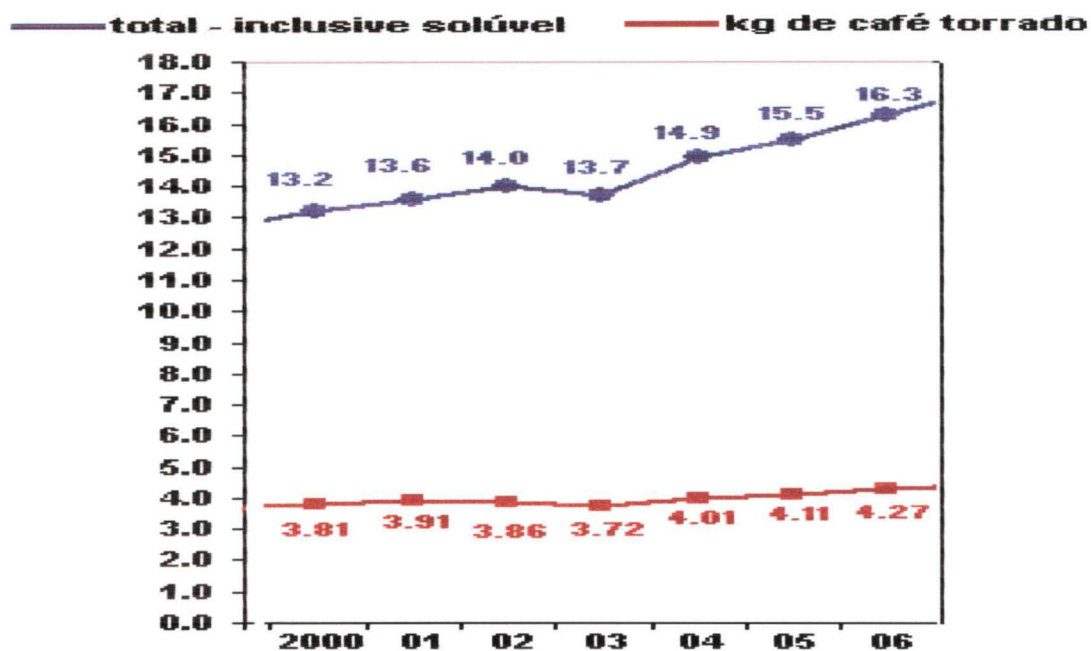
ANO	Consumo (milhões de sacas)		Consumo (Kg/hab./ ano) café torrado	Renda Per capita, em reais correntes	População Residente (1000 hab.)
	Torrado/ Moído	Total inclusive Solúvel			
2000	12,6	13,2	3,81	6.896,35	167 724,0
2001	13,0	13,6	3,91	7.630,93	170 089,2
2002	13,3	14,0	3,86	8.694,47	172 461,8
2003	12,9	13,7	3,72	9.728,84	174 837,0
2004	14,1	14,9	4,01	10.519,88	177 211,0
2005	14,6	15,5	4,11	10.052,04	179 577,0
2006	15,4	16,3	4,27	13.515,00	180 235,2

Fonte: ABIC e IBGE

O aumento do consumo de café, torrado e solúvel, entre 2000 e 2006 foi de 23,5% enquanto o aumento da renda per-capita no mesmo período foi de 96,0%. O aumento do consumo de café total de café cresceu, mas foi bem menor do que o crescimento da renda per capita. Isto revela que o consumo de café apresentou uma baixa elasticidade-renda nesse período. Este resultado fica mais evidente quando se compara o crescimento da renda per capita (96%) com o crescimento do consumo per capita no período entre 2000 e 2006 (12,1%)

O crescimento populacional do período foi de 7,5% bem abaixo dos 23,5% do consumo de café. Os resultados permitem observar que o consumo total foi impulsionado pelo crescimento do consumo per capita, juntamente com o crescimento populacional.

GRÁFICO 1 – CONSUMO INTERNO DE CAFÉ NO BRASIL EM SACAS E PER-CAPITA 2000 A 2006



FONTE: DISPONÍVEL EM <WWW.ABIC.COM.BR>

Pelos dados da ABIC (disponível em www.abic.com.br), a tendência de alta, verificada a partir de 2000 (tendo como exceção ao período compreendido entre os anos 2002 e 2003, onde verifica-se um queda do consumo da ordem de 2,14%) se mantém registrando um consumo interno entre 2005 e 2006 de 16,3 milhões de sacas, o que representa um incremento na da ordem de 4,9% com relação ao período imediatamente anterior, onde foi apurado um consumo de 15,5 milhões de sacas.

Porém o consumo de café per capita verificado entre 2005 e 2006, foi de 5,53 kg, o que equivale a 4,42kg de café torrado, aproximadamente 74 litros de café por ano, representando assim uma evolução de 5,3% em relação ao período anterior. Por esta análise, verifica-se que o consumo por habitante no Brasil vai para (5,53 kg/hab)

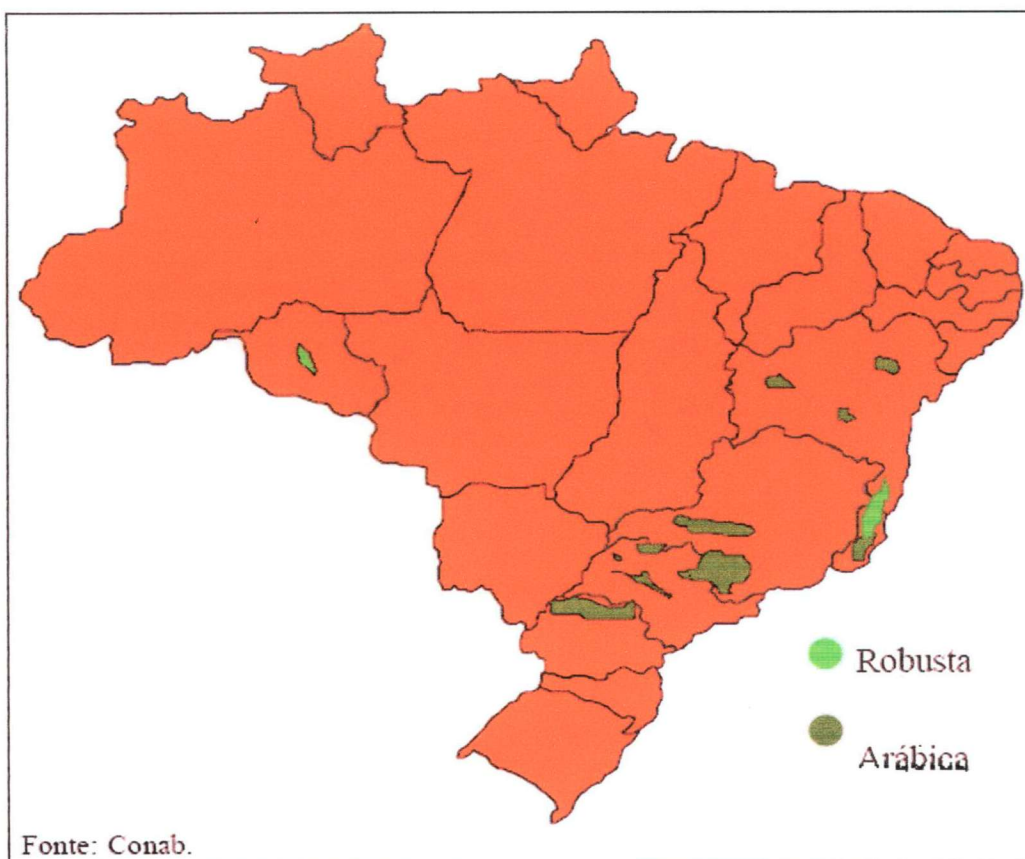
PRODUÇÃO EM SACAS

O Brasil é o grande exportador de café, com exportações que chegaram em 2005, a pelo menos 26 milhões de sacas de 60 quilos. Estes números são

decorrentes principalmente da boa qualidade do café produzido, principalmente café de tipo arábica, uma vez que a produção de café robusta no Brasil foi nesse período bem menor que a produção de arábica.

O robusta, é um café de tipo inferior, oferecendo uma bebida de pior qualidade. Todavia, o custo é 60% e 70% do preço do café arábica, o que o coloca como um produto aceito nos mercados de menor poder aquisitivo.

Figura 2-Principais regiões produtoras de café



Apesar dos quase oito anos sem estatísticas oficiais, sobre a produção brasileira de café (desde fim do IBC em 1990) já na primeira estimativa da CONAB verificou-se que a produção brasileira havia subido de quase 25 milhões de sacas para 30 milhões de sacas de café beneficiado em meados da década de 90 (FARINA 2002 p.52). Em 2000/06 de acordo com a CONAB as geadas ocorridas nos principais estados produtores (Paraná, São Paulo, Espírito Santo e Minas Gerais) fizeram a produção recuar para 27,49 milhões de sacas.

Respondendo nesse período por 43% da produção nacional, Minas Gerais é responsável pela maior parte da produção seguido do Espírito Santo, com 25% e São Paulo, com um pouco mais de 10%.

Segundo a ABIC, o café do tipo arábica responde por 70,5% da produção nacional ou 31,8 milhões de sacas em 2005/06. O café do tipo Robusta, responde por 9,37 milhões de sacas e é produzido principalmente nas novas fronteiras agrícolas (Rondônia em especial) e Espírito Santo. A produção desses dois estados é de 8 milhões de sacas ou seja 87% da produção nacional.

Já a produção do café robusta no Brasil foi em 2005 foi de 9,5 milhões de sacas. Enquanto o café do tipo Arábica é produzido principalmente nas áreas tradicionais – São Paulo, Minas Gerais, Paraná – possuindo uma distribuição homogênea no que diz respeito à área de produção. O café robusta é produzido principalmente nas novas fronteiras agrícolas. Espírito Santo e Rondônia são responsáveis por aproximadamente 8 milhões de sacas o que representa 87% da produção nacional (FARINA 2002 p.64).

8 CONCLUSÃO

Verificou-se que ao longo do período entre 1990 e 2006 houve mudanças na configuração da cadeia produtiva do café. A Mais importante foi a perda de poder de por parte do estado, principalmente por cauda do fim do IBC, apesar disso este ainda tem um papel a cumprir. Também foi marcante a entrada de novas empresas, desde fornecedores de equipamentos mecânicos e eletrônicos até as gigantes internacionais do ramo de alimentação, promovendo fusões e incorporações dentro do mercado nacional.

Também foi observada neste período, a influência exercida pela centralização das políticas, vigentes no período imediatamente anterior ao estudado, sobre agronegócio café. Essas foram marcadas pela regulamentação que visava a alta dos preços o que resultou em ineficiência e baixa qualidade no setor.

O período que vai de 1990 a 1999 começa com uma significativa queda no preço do café, por causa do excesso de oferta no mercado internacional e termina com as crises financeiras do fim da década. Isso resultou no incentivo a busca de novos mercados através da melhora na qualidade dos produtos.

A mudança nas preferências dos consumidores, que passaram a buscar produtos de maior qualidade, foi a marca do período que vai de 2000 a 2006. Esses passaram a consumir cafés de melhor qualidade, Especiais e Gourmet aceitando assim pagar mais por um produto de melhor qualidade.

A ABIC (Associação Brasileira das Indústrias do Café) e o Sincafé (Sindicato da Indústria Cafeeira de São Paulo) se destacaram na promoção de campanhas para a melhoria da qualidade do café produzido no Brasil. Este lançando o Selo São Paulo de Qualidade para Café e aquela com o Selo de Pureza ABIC, ambos com o objetivo de certificar a qualidade do produto e dificultar a entrada dos produtos de pior qualidade.

O aumento do consumo em todo o período estudado foi menor que o crescimento da renda, o que indica que houve uma baixa elasticidade-renda nesse período. Porém o aumento do consumo foi maior que o aumento da população indicando o aumento do crescimento per-capita de café.

Quanto à produção nacional, durante praticamente todo o período houve aumento na produção, tendo como exceção os anos 2003 e 2004. Esse aumento foi intensificado entre 2005 e 2006.

A produção de café arábica, concentrou-se principalmente nas regiões Sul e Sudeste. Já a produção do café robusta ficou localizada basicamente nos estados de Rondônia e do Espírito Santo. Quanto as empresas, estas também concentram-se no Sul e no Sudeste.

9 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABIC, **Associação Brasileira da Indústria do Café**. Disponível em:

< www.abic.com.br > Acesso em 23/03/08.

ABICS, **Associação Brasileira da Indústria do Café Solúvel**. Disponível em: <

www.abics.com.br > Acesso em 23/05/08.

AGRIANUAL, **Anuário Estatístico da Agricultura Brasileira**. São Paulo: FNP Consultoria e Comércio, 2001.

ARAÚJO, M.J., **Fundamentos de Agronegócios**. São Paulo: Editora Atlas, 2003.

BATALHA, M.O., **Gestão Agroindustrial**. 2º edição. São Paulo: Editora Atlas, 2001.

CARVALHO, A., **Histórico do Desenvolvimento do Cultivo do Café no Brasil**. Instituto Agrônomo, 2006.

CONAB, **Companhia Nacional de Abastecimento**. Disponível em:<

<http://www.conab.gov.br/conabweb> > Acesso em 23/06/08.

FARINA, ELIZABETH. **Estudo da Competitividade de Cadeias Integradas no Brasil, Cadeia: Café**. São Paulo: Fecamp 2002.

MORVAN, Y. **Fundamentos da Economia Industrial**. Paris : Editora Econômica 1988.

PINDYCK R. S. e RUBINFELD, D. **Microeconomia**. São Paulo: Makron Books.2002

SANDRONI. **Microeconomia**. : São Paulo, 1989.

SANDRONI, PAULO. **Novíssimo Dicionário de Economia**. São Paulo: Editora Best Seller, 2004.

SINDICAFÉ informações disponíveis em <<http://www.sindicafesp.com.br>>. Acessado em 10 de julho de 2002.

SEBRAE-MG. **“Diagnóstico sobre o Sistema Agroindustrial de Cafés Especiais e Qualidade Superior do Estado de Minas Gerais**. SEBRAE-MG/PENSA, junho de 2001

ZYLBERSTAJN, DECIO. **Economia e Gestão dos Negócios Agroalimentares**. São Paulo: Editora Pioneira. São Paulo: Editora Pioneira, 2000.

ZYLBERSTAJN, DECIO. **O Sistema Agroindustrial do Café**. São Paulo: Editora Pioneira. São Paulo: Editora Atlas, 1998

VEGRO, C.L.R. (coord.) O Prazer e a Excelência de Uma Xícara de Café Expresso: Um Estudo de Mercado. São Paulo: Editora Agronômica Ceres Ltda. 2002.